

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN *SERVICESCAPE* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI KAFE AMARE**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)

Pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon

Oleh:

KAMILA ANGGITAWATI

NIM. 14122210994



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON
1438 H / 2017 M**



ABSTRAK

KAMILA ANGGITAWATI. 14122210994. PENGARUH GAYA HIDUP DAN *SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KAFE AMARE.

Pebisnis kuliner khususnya *coffee shop* harus senantiasa memahami gaya hidup konsumen untuk mempermudah dalam mensegmentasikan serta memposisikan bisnisnya dan menerapkan *servicescape* sebagai dukungan atas layanan untuk menciptakan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen di Kafe Amare.

Penelitian ini berjenis Kuantitatif dengan menguji variabel secara parsial dan simultan. Penelitian ini termasuk dalam populasi yang tak terhingga (*infinite population*). Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling* dengan responden sebanyak 70 sampel serta diolah dengan SPSS 21.0 dengan teknik analisis data deskriptif dan analisis verifikatif.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: (1) Ada pengaruh positif antara gaya hidup terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berdasarkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,227 > 1,996$). (2) Ada pengaruh positif antara *servicescape* terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berdasarkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,046 > 1,996$). (3) Ada pengaruh secara simultan dan signifikan antara gaya hidup dan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen di Kafe Amare. Hal ini berdasarkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($33,653 > 3,98$). Hasil uji hipotesis F secara simultan menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh positif secara simultan antara gaya hidup dan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Gaya Hidup, *Servicescape*, dan Kepuasan Konsumen



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

ABSTRACT

KAMILA ANGGITAWATI. 14122210994. *The Influence of Lifestyle and Services cape to the customer satisfaction in Café Amare.*

Culinary entrepreneurs especially coffee shop have to understand about customer lifestyle to make it easy while segmenting and positioning the business and also appylyng services cape as a support service to create a customer satisfaction. The aim of this research is to analyze the influence of lifestyle and service cape to the customer satisfaction in Café Amare analysis.

This research is Quantitative with partially analysis and simultaneous analysis. This research is infinite population and used Accidental Sampling Method where is chosen 70 samples and process by SPSS Program 21.0 version with technique of data descriptive analysis and verification analysis.

The result shows that: (1) lifestyle influencing to customers satisfaction in amount $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,227 > 1,996$). (2) the services cape influencing to customer satisfaction in amount $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,046 > 1,996$). (3) Simultaneously influencing the customers satisfaction in amount $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($33,653 > 3,98$) with. The F- test shows that H_0 is rejected and H_1 is accepted, which means that there is a positive influencing both lifestyle and services cape to the customer satisfaction.

Key Word: *Lifestyle, Services cape, and Customer Satisfaction*



ملخص

كاملا انجيتاواتي . ١٤١٢٢٢١٠٩٩٤ . تَأْتِيرُ نُمُطِ الْحَيَاةِ وَبَيِّنَةُ مَادِيَةِ عَلَى
سُرُورِ الْمُشْتَرَى فِي كَافِي امار

رَجَالُ الثَّجَارِ الْأَطْعَمَةِ وَبِالْحُصُوصِ بِمَقْهِي لَازِمٍ عَلَيْهِمْ أَنْ يَفْهَمَ نُمُطَ الْحَيَاةِ
الْمُشْتَرَى لِتَسْهِيلِ التَّنَبُّهِ لِقُطَاعِ الْأَعْمَالِ فَضْلاً عَنْ وَضْعِ الْإِقْتِصَادِيَّةِ وَتَطْبِيقِ بَيِّنَةِ
مَادِيَةِ عَلَى تَأْيِيدِ بِخِدْمَةِ لِسُرُورِ الْمُشْتَرَى. تُهَدَفُ هَذِهِ الدَّرَاسَةُ لِفَهْمِ تَأْتِيرِ نُمُطِ الْحَيَاةِ
وَبَيِّنَةِ مَا دِيَةِ عَلَى سُرُورِ الْمُشْتَرَى كَافِي امار جُزْئِيًّا فِي وَقْتِ مُوَحَّدٍ.
تَسْتَخْدِمُ هَذِهِ الدَّرَاسَةُ كَمِّي وَ جَزْئِي وَ فِي وَقْتِ وَاحِدٍ تَسْتَخْدِمُ هَذِهِ الدَّرَاسَةُ
الْمُشَارِكِينَ لَيْسَتْ لَانْهَائِيَّةٍ . تَسْتَخْدِمُ هَذِهِ الدَّرَاسَةُ بِمَنْهَجِ أَجْدِ الْعَيِّنَاتِ الْوَقْعِي مِنْ قَبْلِ
الْمُشَارِكِينَ الَّذِي تَحْصُلُ عَلَى الْعَدَدِ إِلَى سَبْعِينَ الْعَيِّنَاتِ وَمُعَالَجَهَا SPSS ٢١,٠
بِنَظَرِ نَتَائِجِ الدَّرَاسَةِ تُخَلَّصُ إِلَى أَنْ: 1. وَجُودُ التَّأْتِيرِ تَكُونُ $t_{hit} > t_{tab}$
١,٩٩٦ > ٤,٢٢٧ بَيْنَ نُمُطِ الْحَيَاةِ عَلَى سُرُورِ الْمُشْتَرَى. 2. وَجُودُ التَّأْتِيرِ تَكُونُ
 $t_{hit} > t_{tab}$ ١,٩٩٦ > ٦,٤٠٦ بَيْنَ بَيِّنَةِ مَادِيَةِ عَلَى سُرُورِ الْمُشْتَرَى. 3. وَجُودُ فِي وَقْتِ
مُوحَّدٍ تَكُونُ ٣٣,٦٥٣ < ٣,٩٨ $F_{tab} < F_{hit}$ بَيْنَ نُمُطِ الْحَيَاةِ وَ بَيِّنَةِ مَادِيَةِ عَلَى
سُرُورِ الْمُشْتَرَى. وَنَتَائِجُ اخْتِبَارِ الْفَرَضِيَّةِ F الْقِيَمَةُ الَّتِي نُمُطِ الْحَيَاةِ وَ بَيِّنَةِ مَادِيَةِ عَلَى
مُوحَّدٍ H_0 بَرَدَهَا وَ H_1 بَقَبُولَهَا. وَهَذَا يَعْنِي إِلَى وَجُودِ تَأْتِيرٍ الْإِيجَابِيَّةِ وَقْتًا مُوَحَّدًا بَيْنَ
نُمُطِ الْحَيَاةِ وَ بَيِّنَةِ مَادِيَةِ عَلَى سُرُورِ الْمُشْتَرَى.

الكَلِمَةُ: نُمُطِ الْحَيَاةِ, بَيِّنَةِ مَادِيَةِ, سُرُورِ الْمُشْتَرَى



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengemukakan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Amare.” Oleh Kamila Anggitawati (14122210994), telah diajukan dalam sidang *munaqosah* pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 21 Februari 2017.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Jurusan Muamalah/ Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, Februari 2017

Sidang Munaqosah

Ketua Sidang



H. Juju Jumena, S.H., M.H

NIP: 19720514 200312 1 003

Sekretaris Sidang

Eef Saefulloh, M.Ag

NIP: 19760312 200312 1 003

Penguji I

Sri Rokhlinasari, SE., M.Si

NIP: 19730806 199903 2 003

Penguji II

Ridwan Widagdo, SE., M.Si.

NIP: 19730304 200710 1 002



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
ملخص	iv
PENGESAHAN	v
PERSETUJUAN.....	vi
NOTA DINAS.....	vii
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	ix
MOTTO	x
PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
TRANSLITERASI ARAB – LATIN	xxiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Pembatasan Masalah	4
1.4. Rumusan Masalah	4
1.5. Tujuan Penelitian.....	4
1.6. Manfaat Penelitian.....	5
1.7. Sistematika Penulisan	5
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 7
2.1. Gaya Hidup	7
2.1.1 Definisi Gaya Hidup	7
2.1.2 Dimensi Gaya Hidup.....	10
2.1.3 Manfaat Memahami Gaya Hidup dalam Strategi Pemasaran	11
2.2. <i>Servicescape</i>	12
2.2.1 Definisi <i>Servicescape</i>	12
2.2.2 Dimensi <i>Servicescape</i>	14



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2.3. Kepuasan Konsumen	16
2.3.1 Definisi Kepuasan Konsumen	16
2.3.2 Dimensi Kepuasan Konsumen.....	16
2.3.3 Tujuan Membentuk Kepuasan Konsumen	17
2.3.4 Mengukur Kepuasan Konsumen	18
2.3.5 Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam	20
2.3.6 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	23
2.4. Hubungan Antar Variabel	24
2.4.1 Hubungan Antara Gaya Hidup dengan Kepuasan Konsumen	24
2.4.2 Hubungan Antara <i>Servicescape</i> dengan Kepuasan Konsumen	25
2.4.3 Hubungan Antara Gaya Hidup dan <i>Servicescape</i> dengan Kepuasan Konsumen.....	27
2.5. Penelitian Terdahulu	27
2.6. Kerangka Pemikiran	32
2.7. Hipotesis Penelitian	35
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 36
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	36
3.2. Metode Penelitian	36
3.3. Desain Penelitian	37
3.4. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	38
3.5. Data dan Sumber Data	39
3.6. Teknik Pengambilan Data.....	40
3.7. Operasional Variabel Penelitian.....	41
3.8. Pengujian Instrumen Penelitian	43
3.8.1 Uji Validitas.....	44
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.9. Teknik Analisis data	46



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

3.9.1	Analisis Deskriptif	46
3.9.2	Analisis Verifikatif	47
a.	Uji Asumsi Dasar	47
1)	Uji Linearitas.....	47
2)	Uji Homogenitas	47
3)	Uji Normalitas	47
b.	Uji Asumsi Klasik	48
1)	Uji Autokorelasi	48
2)	Uji Heteroskedastisitas	48
c.	Uji Analisis Korelasi	49
d.	Uji Analisis Regresi Berganda	50
e.	Uji Hipotesis	50
1)	Uji t.....	50
2)	Uji F	51
3)	Uji Koefisien Determinasi	52
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1	Kondisi Objektif Amare Kafe	53
4.2	Karakteristik Responden	54
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan	
	Jenis Kelamin	54
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan	
	Tingkat Pendidikan.....	55
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
4.2.4	Tabulasi Silang Karakteristik Responden Berdasarkan	
	Tingkat Pendidikan dengan Pekerjaan	56
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan	
	Pendapatan	57
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan	
	Konsumsi Per Hari	58
4.2.7	Tabulasi Silang Karakteristik Responden Berdasarkan	



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

	Konsumsi Per Hari dengan Pendapatan.....	58
4.2.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Kunjungan	59
4.2.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung	60
4.3	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	61
4.3.1	Hasil Uji Validitas	61
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	62
4.4	Hasil Analisis Data	63
4.4.1	Hasil Analisis Deskriptif	63
a.	Analisis Deskriptif Variabel Gaya Hidup	63
b.	Analisis Deskriptif Variabel <i>Servicescape</i>	67
c.	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	71
4.4.2	Hasil Analisis Verifikatif	75
a.	Hasil Uji Asumsi Dasar	75
1)	Uji Linearitas	75
2)	Uji Homogenitas	76
3)	Uji Normalitas	77
b.	Hasil Uji Asumsi Klasik	78
1)	Uji Autokorelasi	78
2)	Uji Heteroskedastisitas	79
c.	Hasil Uji Analisis Korelasi	80
d.	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	82
e.	Hasil Uji Hipotesis	83
1)	Uji t	84
2)	Uji F	85
3)	Uji Koefisien Determinasi	85
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	85
4.5.1	Pembahasan Deskriptif	86
a.	Variabel Gaya Hidup	86



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b.	Variabel <i>Servicescape</i>	88
c.	Variabel Kepuasan Konsumen	90
4.5.2	Pembahasan Verifikatif	92
a.	Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kepuasan Konsumen	92
b.	Pengaruh <i>Servicescape</i> terhadap Kepuasan Konsumen	93
c.	Pengaruh Gaya Hidup dan <i>Servicescape</i> terhadap Kepuasan Konsumen	94
BAB V	PENUTUP	96
5.1.	Kesimpulan	96
5.2.	Saran	96
DAFTAR PUSTAKA		98
LAMPIRAN-LAMPIRAN		102



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini pebisnis memang dituntut kejelian dalam melihat peluang bisnis yang ada untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat dapat berubah. Perkembangan teknologi dan kebudayaan dapat mempengaruhi sikap dan gaya hidup seseorang, khususnya masalah pergaulan dan tempat bergaul. Tempat bergaul saat ini menjadi salah satu cara untuk mengeksistensikan diri mengenai keberadaannya di masyarakat.

Untuk memenuhi hal itu orang-orang akan rela mengeluarkan waktu, tenaga dan biaya mahal. Dan terjerumus kepada perilaku konsumen yang negatif yaitu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan tindakan konsumen dalam mendapatkan, menggunakan, dan mengambil keputusan dalam memilih suatu barang yang belum menjadi kebutuhannya serta bukan menjadi prioritas utama, hanya karena ingin mengikuti mode, mencoba produk baru, bahkan hanya mencoba untuk memperoleh pengakuan sosial dengan dominasi faktor emosi.¹

Perilaku konsumen yang mencerminkan gaya hidup dan selera akan terus berubah dalam memilih tempat *hangout*, dan menjadi tantangan para pebisnis kafe untuk terus berinovasi baik dari segi produk, promosi dan yang tidak kalah penting yaitu *servicescape*. *Servicescape* merujuk pada lingkungan fisik yang sengaja dibuat atau diciptakan sebagai dukungan atas layanan yang diberikan kepada konsumen.

Memberikan tempat yang nyaman dengan diiringi suara musik sebagai hiburan dan mendatangkan artis atau grup band terkenal menjadi salah satu strategi kafe untuk menarik konsumen untuk datang ke kafe. Kafe yang juga ditunjang dengan ruangan yang didekorasi secara apik dan kreatif membuat kaum urban lebih tertarik untuk mendatangi kafe, dan adanya area *free wifi* akan menambah kenyamanan kafe.

¹Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 28.

Menjadi sebuah tantangan bagi pebisnis kafe untuk memuaskan keinginan konsumen dan menjadikan konsumen yang loyal. Sedangkan di sisi konsumen yang memiliki gaya hidup seperti hedonis dan konsumtif yang mempertimbangkan *servicescape*, menginginkan kepuasannya dalam berkonsumsi dipenuhi oleh pebisnis kafe.

Seiring dengan perkembangan gaya hidup, di Indonesia mengalami persaingan yang sangat ketat di bidang usaha kuliner. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), kuliner memberikan kontribusi sebesar 33% terhadap total Produk Domestik Bruto (PDB) Industri Kreatif.² Nilai ini merupakan yang terbesar dibandingkan kontribusi subsektor lainnya. Rumah minum atau kafe termasuk dalam industri kreatif kuliner. Kafe menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah sebagai tempat minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan musik.³ Tak jarang gerai kuliner kini bukan hanya jadi tempat menikmati makanan, tetapi juga nongkrong atau sekadar mengobrol ditemani kopi.

Fenomena lain di kota Cirebon saat ini dimana masyarakatnya khususnya anak muda memiliki gaya hidup (lifestyle) yang mulai bergeser dari kebiasaan di kafe hanya sekedar mengobrol, makan, minum menjadi cara makan yang lebih ekspresif lalu ada keinginan untuk menunjukkan eksistensi diri di komunitas mereka atau di akun media sosial.

Fenomena di kota Cirebon adalah dengan adanya jalan tol Jakarta- Cirebon membuat waktu jarak tempuh lebih singkat, biasanya waktu tempuh Jakarta – Cirebon bisa memakan waktu sekitar 5-6 jam melalui jalur pantura, dengan jalan tol bisa memakan waktu lebih cepat yakni sekitar 3-4 jam. Hal ini memberikan pengaruh untuk Kota Cirebon, dimana Kota Cirebon menjadi salah satu alternatif tujuan wisata atau tempat liburan mengisi waktu akhir pekan, banyak pembisnis yang mulai mendirikan bisnis Hotel dan Restoran, serta memberikan contoh gaya hidup orang metropolis pada masyarakat Cirebon, sehingga mulai bergeser gaya hidup masyarakatnya menjadi cenderung hedonis dan konsumtif.

²Mandra Lazuardi, dan Mochamad Sandy Triady, Layout Ekonomi Kreatif: *Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019* (Jakarta: PT. Republik Solusi, 2015), 48.

³Tim Pandom Media Nusantara, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pandom Media Nusantara, 2014), 314.



Peluang ini ditangkap oleh kafe Amare untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang mulai berubah gaya hidupnya. Kafe Amare adalah salah satu *cafe* berbasis *coffee shop* yang berada di Kota Cirebon yang terletak di Jl. Cipto Mangunkusumo No. 99, Kota Cirebon, Jawa Barat. Kafe Amare merupakan *coffee shop* yang berdiri sejak 17 Februari 2015. Kafe Amare merupakan salah satu kafe yang bisa menjadi pertimbangan konsumen sebagai alternatif kafe yang ada.

Penulis mengamati, konsumen yang datang ke Amare kafe ini memiliki beragam gaya hidup dari berbagai lapisan kelas sosial dengan aktivitas, minat dan opini yang berbeda. Pengelola Kafe Amare berusaha untuk memenuhi kepuasan konsumen dari segi harga, produk dan pelayanan, tetapi juga dari segi *servicescape* kafe berupa *ambient factor* seperti kelembaban udara, ketenangan, pencahayaan, kebersihan, *layout and functionality* berupa denah, furnitur yang digunakan, dan *parking area*. *Sign, symbol and artifact* seperti ornament fisik, dekorasi.

Namun dengan gaya hidup konsumen yang mulai berubah menjadi lebih ekspresif serta eksis dan *servicescape* yang diterapkan saat ini apakah mampu memberikan kepuasan kepada konsumen, dilihat dari *parking area* yang kurang nyaman, tempat duduk yang berdekatan dengan konsumen lain, serta desain gambar dinding yang dipakai saat ini apakah diminati oleh konsumen yang akan menjadikannya sebagai *spot* untuk berfoto.

Melihat menariknya kedua variabel tersebut yaitu *Gaya hidup* dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi dengan judul: **“PENGARUH GAYA HIDUP DAN SERVICESCAPE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KAFE AMARE”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diterangkan di atas, diperoleh beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi antara lain:

- a. Di Kafe Amare terdapat program *happy time*, dimana harga produk yang ditawarkan lebih murah, dengan paket seharga Rp. 20.000 dimulai dari jam 10.00 hingga jam 16.00. Setelah jam 16.00 s/d tutup diberlakukan harga normal. Namun, konsumen lebih banyak berkunjung saat program



happy time selesai. Padahal dari segi pelayanan tidak ada perbedaan pelayanan antara yang membeli saat harga paket dengan saat membeli di harga normal.

- b. Kafe Amare merancang tempat untuk kegiatan bertemu dengan teman, yang menjadi sasaran konsumennya adalah kaum urban. Konsumen yang datang lebih banyak untuk kegiatan mengerjakan tugas dan bertemu rekan bisnis. Namun, jarak tempat duduk antara satu konsumen dengan konsumen yang lain terlalu berdekatan sehingga konsumen tidak bisa melakukan percakapan yang lebih privasi.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian, maka perlu adanya pembatasan masalah dari masalah-masalah yang telah diidentifikasi terkait dengan penelitian. Adapun yang dikaji dalam penelitian ini adalah gaya hidup, *servicescape* dan kepuasan konsumen.

1.4 Rumusan Masalah

Dari beberapa tahapan di atas, maka rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan penelitian ini adalah bagaimana:

- a. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Amare?
- b. Pengaruh *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Amare?
- c. Pengaruh Gaya Hidup dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Amare?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- a. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Amare.
- b. Pengaruh *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Amare.
- c. Pengaruh Gaya Hidup dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Amare.



1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

a. Kegunaan Teoritis

Dapat menambah pengetahuan dibidang keilmuan maupun pengembangan ilmiah dari penulis maupun pembaca tentang gaya hidup dan *servicescape* serta kaitannya terhadap kepuasan konsumen yang didapat oleh sebuah bisnis kuliner kafe.

b. Kegunaan secara praktis

1) Bagi Praktisi

Dapat dijadikan masukan untuk membantu pihak manajemen terutama untuk melihat pengaruh gaya hidup dan *servicescape* dalam meningkatkan bisnis kuliner kafe.

2) Bagi Akademik

Sebagai referensi penelitian berikutnya terkait perilaku konsumen bermasalah pada bisnis kafe serta dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk kegiatan akademik bagi pihak kampus.

3) Bagi Peneliti Yang Akan Datang

Dapat memberikan tambahan pengetahuan khususnya mengenai gaya hidup dan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen serta sebagai bahan referensi untuk penelitian dalam bidang yang sama.

1.7 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan skripsi ini terbagi menjadi lima bab yaitu pendahuluan, tinjauan pustaka, metode penelitian, hasil analisis, dan penutup. Untuk memberikan gambaran isi penelitian maka sistematikanya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN. Bab ini merupakan pendahuluan yang membahas beberapa permasalahan penelitian meliputi: latar belakang penelitian, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.



BAB II LANDASAN TEORI. Bab ini menguraikan teori-teori yang menjadikan dasar penelitian, hubungan antar variable, uraian mengenai penelitian-penelitian terdahulu, kerangka berfikir penelitian, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN. Bab ini menjelaskan tentang gambaran proses penelitian dilakukan dan disesuaikan dengan teori yang uraikan di bab sebelumnya. Dimana metodologi penelitian meliputi: tempat penelitian, waktu penelitian, metode penelitian, desain penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengambilan data, operasional variable, pengujian instrument penelitian dan teknis analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN. Bab ini berisikan pembahasan tentang hasil penelitian yang telah dilakukan beserta analisisnya melalui metode penelitian.

BAB V PENUTUP. Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, dan saran atau rekomendasi bagi peneliti selanjutnya.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengemukakan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.



DAFTAR PUSTAKA

1. BUKU

Al – Qur'an.

Abdurahman, Maman. *Dasar – dasar Metode Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia, 2011.

Al-Mahalli, Imam Jalaluddin dan Imam Jalaluddin As-Suyuthi. *Terjemahan Tafsir Jalalain Berikut Asbabun Nuzul Jilid 2*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2006.

Al-Mahalli, Imam Jalaluddin dan Imam Jalaluddin As-Suyuthi. *Terjemahan Tafsir Jalalain Berikut Asbabun Nuzul Jilid 4*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2006.

Al-Mahalli, Imam Jalaluddin dan Imam Jalaluddin As-Suyuthi. *Terjemahan Tafsir Jalalain Berikut Asbabun Nuzul Jilid 1*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2006.

Anggoro, Toha.Dkk. *Metode Penelitian*. Jakarta: Universitas Terbuka, 2011.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.

Asnawi, Nurdan Masyhuri. *Metode Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN Malang Press, 2009.

Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013.

Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETA, 2015.

Indrawan, Rully dan Poppy Yaniawati. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan*. Bandung: Refika Aditama, 2014.

Irianto, Agus. *Statistik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010.

Kasiran, Moh. *Metodelogi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Sukses Offset, 2010.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga, 2009.

Malik, Abdul. Abdul Kariim. Amrullah. *Tafsir Al-Azhar Juz:VIII*. Jakarta: Pustaka Panjimas, 1984.



- Morissan. *Metodologi Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Mowen, John C. dan Michel Minor. *Perilaku Konsumen* Jilid 1 Edisi 5. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Muhidin, Sambas Ali dan Maman Abdurrahman. *Analisis Korelasi Regresi dan Jalur dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Nasution, Mustafa Edwin. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Neolaka, Amos. *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: Rosada, 2014.
- Prasetyo, Bambang Lina M.J. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 2010.
- Priyatno, Duwi. *SPSS Handbook Analisis Data, Olah Data dan Penyelesaian Kasus-Kasus Statistik*. Yogyakarta: Media Kom, 2016.
- Riduwan dan Sunarto. *Pengantar Statistik untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2013.
- Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: Refika Aditama, 2015.
- Siregar, Syofian. *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- Sugiyono dan Agus Susanto. *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan R&B Cetakan Ke 20*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS, 2014.
- Sumanto. *Statistika Terapan*. Yogyakarta: CAPS, 2014.



Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Edisi Kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2015.

Sunjoyo. Dkk. *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset Program IBM SPSS 21.0*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Sunjoyo. Rony Setiawan. Dkk. *Aplikasi SPSS untuk Smart Riser (Program IBM SPSS 21.0)*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Sunyoto, Danang. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS, 2014.

Supangat, Andi. *Statistika dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Nonparametrik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010.

Tim Pandom Media Nusantara. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pandom Media Nusantara, 2014.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa, Prinsip, penempatan, dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI Offset, 2014.

Tjiptono, Fandy. *Service, Quality dan Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2016.

Umar, Husein. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.

Widjaja, Bernard T. *Lifestyle Marketing: Paradigma Baru Pemasaran Bisnis Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.

Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.

2. JURNAL

Aditia, Indra. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada UD Pandan Wangi Semarang." *Jurnal*, STIE Widya Manggala Semarang, 2012.

Alam, Danti Nurul. "Analisis Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Loyalitas Pengguna Jasa Travel Bejeu Semarang." *Jurnal*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, 2011.

Almi, Niruli. "The influence of lifestyle to the purchase decision of Kawasaki Ninja Bikes in Pekanbaru." *Jurnal*, Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Riau, 2012



- Bahri S, Andi. "Etika Konsumsi dalam Perspektif Islam." *Jurnal*, STAIN Parepare, 347-370, 2012.
- Bitner, Mary Jo. "Servicescape: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees." *Journal of Marketing Vol 56*, 57-71, 1992.
- Criesmaya, Ivane Eka. "Pengaruh Gaya hidup terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Mini Market Alfamart di Kota Malang." *Jurnal*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, 2012.
- Dewi, Mira Farina Kusuma. "Pengaruh Servicescape terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Kafe Ria Djenaka Malang)." *Jurnal*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, 2014.
- Erwanda, Redita Liga Ade. "Pengaruh Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen SPBU 44-50706 di Kota Semarang." *Jurnal*, Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang, 2014.
- Firmansyah, Fanidan Hashniah Zaadah, "Aplikasi Process dan Physical Evidence Di PT Bank Syariah Mandiri Singosari," *Jurnal Akuntansi Aktual Vol 2*, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negari Maulana Malik Ibrahim Malang, 76-91, 2013.
- Hidayat, Deddy Rakhmad. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Telkom Speedy di Palangka Raya." *Jurnal*, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, 2014.
- Hidayat, Rahmat. "Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Lampu Philips pada Mahasiswa Telkom University." *Jurnal*, Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran Universitas Telkom, 2015.
- Hightower R. and Thomas L.B. "Inv Estimating The role of The Physical Environment in Hedonic Service Consumption." *Journal of Business Research Vol 20 Issue 1*, Florida A&M University USA, 76-86, 2009.
- Lazuardi, Mandra dan Mochamad Sandy Triady. "Layout Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019." Jakarta: PT. Republik Solusi, 2015.
- Lestari, Made Martini Widi.Dkk. "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien Rawat Inap." *Jurnal*, Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesa, 2016.
- Lumentut, Faris L. dan Indrie D. "Fasilitas, Servicescape dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen MC Donal's Manado." *Jurnal*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado, 2014.



Pratama, Meika Putra dan Retno Setyorini. “Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Roti Gempol Dan Kopi Anjis Cabang Bandung.” *Jurnal*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, 2014.

Putra, Johan Satria. “Syukur: Sebuah Konsep Psikologi Indigeneus Islami.” *Jurnal*, Universitas Islam Malang, Vol 7, 36-44, 2014.

Ruki, Ulli Aulia. “Pengenalan Teori Servicescape dan Penerapannya dalam Desain Interior.” *Jurnal*, Fakultas Desain Interior BINUS University, 2011

S, Andi Bahri. “Etika Konsumsi dalam Perspektif Islam.” *Jurnal*, STAIN Pareare, 2012.

Salim, Agus. “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Berbasis Android.” *Jurnal*, Manajemen Institut Bisnis dan Informatika Indonesia, 2011.

Shartykarini, Shary. “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pengunjung Café di Banjarbaru).” *Jurnal*, Magister Manajemen Universitas Lambung Mangkurat, 2016.

Wakefield K. L. and Jeffrey G. Blodgett. “The Importance of Servicescape in Leisure Service Settings.” *The Journal of service Marketing*, 1994.

White, Louise. “Up Market Moves.” *Hairdresser Journal International* 14-20 July ed, 2006.

Widyaningtyas, Nurul. “Pengaruh Servicescape terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Saboten Shokudo.” *Jurnal*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, 2015

Zaroni, Akhmad Nur. “Landasan Filosofi Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam dan Konvesional.” *Jurnal*, Dosen JurusanSyariah STAIN Samarinda 55-68.

Zaroni, Akhmad Nur. “Landasan Filosofi Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam dan Konvesional.” *Jurnal*, Dosen JurusanSyariah STAIN Samarinda, 55-68

3. INTERNET

www.statistika.com/2012/08/menghitung-besar-sampel-penelitian.html